



## Mekanisme Transaksi E-Commerce Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Study Kasus Masyarakat Muslim Indonesia, Malaysia dan Singapura)

Nisa Zahratul Jannah<sup>1\*</sup>, Septy Rahma Dwi<sup>2</sup>, Syahpawi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received April 06, 2024

Revised April 12, 2024

Accepted April 15 2024

Available online April 21, 2024

#### Kata Kunci:

E-Commerce, Ekonomi Syariah.

#### Keywords:

E-Commerce, Sharia Economics.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan  
Daarul Huda

### ABSTRAK

Di era moderen ini perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu dalam melakukan transaksi jual beli. Saat ini model jual beli sudah mengalami kemajuan, yang kita kenal dengan sebutan Jual beli online, dimana seorang pembeli ketika ingin membeli suatu barang tidak lagi perlu datang dan bertatap muka dengan penjual, hanya dengan menggunakan gadget dan laptop, maka barang yang dipesan akan datang. Dengan berbagai kemudahan yang tersedia banyak orang memilih untuk berbelanja online dengan alasan dapat menghemat waktu, dan tidak perlu keluar rumah. Namun, ada beberapa kekurangan dan dampak bagi pasar nyata. Salah satu dampaknya adalah pasar mulai sepi dari pembeli. Dalam beberapa kasus terdapat kekurangan dalam berbelanja online diantaranya adalah adanya pihak-pihak penjual yang tidak amanah, sehingga barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang ada di gambar. Terkadang deskripsi barang tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan. Kasus lainnya yaitu adanya pihak pembeli yang tidak amanah dengan pesannya, ketika dia memesan barang yang dibeli dengan metode pembayaran COD, setelah barang sampai pembeli tersebut tidak mau membayarnya. ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme transaksi e-commerce menurut perspektif ekonomi syariah. Hasil analisis disimpulkan bahwa dalam teknis transaksinya, baik dari bentuk jual-beli jasa atau barang, jika barang tersebut diserahkan secara

tanggung karena berbentuk non digital, maka transaksi e-commerce dapat dianalogikan kepada jual-beli al-salam, yang telah disyariatkan semenjak awal mulanya Islam melalui Sunnah Nabi saw. Penggunaan e-commerce di Indonesia dibolehkan selagi antara kedua belah pihak saling paham. Dalam perkembangan penggunaan e-commerce ini sangat berpengaruh besar terhadap berbagai negara baik lokal maupun internasional termasuk juga singapura, Indonesia dan Malaysia.

### ABSTRACT

In this modern era, technological developments have spurred changes in individual habits in carrying out buying and selling transactions. Currently the buying and selling model has progressed, which we know as online buying and selling, where when a buyer wants to buy an item no longer needs to come and meet face to face with the seller, just by using a gadget and laptop, the item ordered will arrive. With the various conveniences available, many people choose to shop online on the grounds that they can save time and don't have to leave the house. However, there are some drawbacks and impacts for the real market. One of the impacts is that the market is starting to be empty of buyers. In some cases, there are shortcomings in online shopping, including the presence of sellers who are not trustworthy, so that the goods ordered do not match those in the picture. Sometimes the description of the item does not match the photo shown. Another case is that there is a buyer who is not trustworthy with his order, when he orders goods purchased using the COD payment method, after the goods arrive the buyer does not want to pay for them. This aims to analyze the e-commerce transaction mechanism according to perfective sharia economics. The results of the analysis concluded that in terms of technical transactions, whether in the form of buying and selling services or goods, if the goods are delivered in a reliable manner because they are non-digital, then e-commerce transactions can be analogous to buying and selling al-salam, which has been regulated since its inception. Islam through the Sunnah of the Prophet PBUH. The use of e-commerce in Indonesia is permitted as long as both parties understand each other. The development of the use of e-commerce has had a big influence on various countries, both locally and internationally, including Singapore, Indonesia and Malaysia.

### PENDAHULUAN

Muamalah sebagai aktifitas manusia yang dilakukannya dalam rangka pengabdian kepada Allah SWT. Tentunya mengacu pada kaedah-kaedah yang ditetapkan syara' untuk terciptanya kemaslahatan

\*Corresponding author

Email: [nisazj18@gmail.com](mailto:nisazj18@gmail.com)<sup>1</sup>, [septirahmadwi@gmail.com](mailto:septirahmadwi@gmail.com)<sup>2</sup>, [syahpawi@uin-suska.ac.id](mailto:syahpawi@uin-suska.ac.id)<sup>3</sup>

ditengah masyarakat demi terpeliharanya hak dan kewajiban diantara manusia.<sup>1</sup> Praktek jual beli ini dipahami dari firman Allah dalam QS. An-Nisa' ayat 29, yang berbunyi sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ۙ ٢٩

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Ayat diatas mengisyaratkan terhadap kebolehan untuk melakukan perdagangan yang terjadi karenan persetujuan kedua belah pihak yang bertransaksi, dapat melakukannya dengan mudah tanpa ada kesulitan dan membawa kemaslahatan bagi sesama manusia.<sup>2</sup>

Di era moderen ini perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu dalam melakukan trasaksi jual beli. Saat ini model jual beli sudah mengalami kemajuan, yang kita kenal dengan sebutan Jual beli online, dimana seorang pembeli ketika ingin membeli suatu barang tidak lagi perlu datang dan bertatap muka dengan penjual, hanya dengan menggunakan gedjet dan laptop, maka barang yang dipesan akan datang. Dengan berbagai kemudahan yang tersedia banyak orang memilih untuk berbelanja online dengan alasan dapat menghemat waktu, dan tidak perlu keluar rumah. Semua kebutuhan sudah tersedia di aplikasi belanja online mulai dari elektronik, pakaian, kebutuhan rumah tangga, peralatan dapur, perlengkapan sekolah, buku, makanan dan lain sebagainya sama halnya dengan yang tersedia di pasar nyata.

Kemudahan yang ditawarkan juga menjadi salah satu penyebab konsumen tertarik dalam berbelanja online. Seperti tersedianya fitur pay later, gratis ongkir, dan banyaknya promo-promo yang tersedia. Dalam fitur metode pembayarannya-pun tersedia menu COD (cash on delivery) atau yang dikenal dengan bayar ditempat saat barang sudah diantar oleh kurir. COD (cash on delivery) ini bisa digunakan oleh konsumen yang tidak memiliki m-banking di handphonenya. Banyak hal yang dilakukan oleh penjual online untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Adanya flash sale di tanggal cantik, flash sale akhir tahun. Flash sale ini biasanya di jam-jam tertentu. Harga yang di tawarkan juga bermacam-macam, mulai dari harga Rp. 1 (satu rupiah) dan harga diskon.

Dari berbagai kemudahan yang tersedia dalam berbelanja online, ada beberapa kekurangan dan dampak bagi pasar nyata. Salah satu dampaknya adalah pasar mulai sepi dari pembeli. Dalam beberapa kasus terdapat kekurangan dalam berbelanja online diantaranya adalah adanya pihak-pihak penjual yang tidak amanah, sehingga barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang ada di gambar. Terkadang deskripsi barang tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan. Kasus lainnya yaitu adanya pihak pembeli yang tidak amanah dengan pesannya, ketika dia memesan barang yang dibeli dengan metode pembayaran COD, setelah barang sampai pembeli tersebut tidak mau membayarnya.

Dengan melihat permasalahan di atas, maka tujuan dari tulisan ini adalah untuk mengkaji bagaimana perspektif ekonomi Syariah dalam melihat mekanisme transaksi e-commerce atau jual beli dengan menggunakan media online, serta apa saja yang bisa dilakukan untuk meminimalisir permasalahan di atas. Dan bagaimanakah jual beli online yang diperbolehkan (halal) dalam perspektif Ekonomi Syariah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulannya menggunakan metode pendekatan studi pustaka (library research) sebagai metode pengumpulan data dengan melibatkan pemahaman dan kajian teori-teori yang ada dalam berbagai sumber literatur yang relevan dengan penelitian ini. Studi pustaka atau kepastakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.<sup>3</sup>

Terdapat empat tahap dalam studi pustaka, yakni persiapan peralatan yang dibutuhkan, penyusunan daftar pustaka kerja, pengaturan jadwal, serta membaca dan mencatat materi penelitian. Data dikumpulkan melalui pencarian sumber-sumber dan rekonstruksi informasi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan penelitian yang telah ada. Metode analisis yang digunakan mencakup analisis konten dan analisis deskriptif. Materi pustaka yang diperoleh dari beragam referensi dianalisis secara kritis dan mendalam guna mendukung proposisi dan gagasan penelitian.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Sri Sudiarti, *Buku Fiqh Ekonomi.Pdf* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2019).

<sup>2</sup> Sudiarti.

<sup>3</sup> Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia., 2008).

<sup>4</sup> Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika* 21, no. 1 (2021): 33-54, <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep Akad

Akad dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, memiliki arti: “Janji, perjanjian, kontrak, Misal akad jual beli, akad nikah. Dan Akad juga bisa disebut dengan Kontrak yang mempunyai makna : perjanjian, menyelenggarakan perjanjian (dagang, bekerja, dan lain sebagainya). Misal, kontrak antara penulis dan penerbit”.<sup>5</sup> Dalam istilah ilmu fikih, ada dua definisi akad menurut para ulama yaitu definisi akad secara umum dan definisi akad secara khusus.

Akad dalam pengertian umum adalah segala bentuk perikatan atau perjanjian yang dilaksanakan oleh seseorang dengan disertai komitmen untuk memenuhinya yang menimbulkan akibat hukum syar’i,<sup>6</sup> baik yang terjadi secara dua arah seperti akad jual-beli, sewa-menyewa, akad nikah dan lain-lain, maupun yang terjadi secara satu arah seperti sumpah, nazar, talak, hibah, hadiah, shadaqah dan lain-lain. Akad dalam pengertian umum ini bisa kita temukan dalam literatur-literatur fikih klasik, seperti apa yang ditulis oleh Imam as-Suyuthi dalam kitabnya *al-Asybah wa an-Nazhair* ketika menjelaskan klasifikasi akad bahwa dari aspek kebutuhan terhadap adanya ijab kabul, akad dibagi menjadi lima: (1) akad yang tidak membutuhkan ijab kabul dalam bentuk ucapan seperti hadiah, shadaqah dan hibah; (2) Akad yang membutuhkan ijab kabul dalam bentuk ucapan seperti jual-beli, sharf dan salam; (3) Akad yang hanya membutuhkan ijab tanpa harus ada kabul dalam bentuk ucapan seperti wakalah, wadi’ah dan ‘ariyah; (4) Akad yang tidak membutuhkan ijab kabul sama sekali, tetapi dengan syarat tidak ada penolakan dari pihak kedua seperti wakaf; (5) Akad yang tidak membutuhkan ijab kabul dan tidak bisa ditolak walaupun ada penolakan dari pihak kedua seperti dhaman dan ibra’.<sup>7</sup> Dalam klasifikasi tersebut Imam Suyuthi menghimpun segala jenis akad baik yang satu arah maupun dua arah. Yang mengindikasikan akad yang dimaksud adalah akad dalam pengertian umum.

Akad dalam pengertiannya yang lebih khusus, akad didefinisikan oleh para ulama dengan definisi yang variatif namun memiliki kemiripan makna. Hannan dalam tesisnya yang berjudul *Aqsam al-Uqud fi al-Fiqh al-Islami* (Klasifikasi Akad dalam Fikih Islam) menyimpulkan definisi akad menurut para ulama sebagai berikut:

ربط إيجاب بقبول أو ما يقوم مقامهما علي وجه مشروع

“Pertalian antara ijab dan kabul atau yang sejajar dengan keduanya dengan cara yang dibenarkan oleh syara’.”

Sedangkan menurut Wahbah Zuhaili, akad adalah kesepakatan dua kehendak untuk menimbulkan akibat hukum, baik menimbulkan kewajiban, memindahkan, mengalihkan maupun menghentikannya.<sup>8</sup> Sedangkan Ibnu Abidin mendefinisikan akad dengan pertalian antara ijab dan kabul, sesuai dengan kehendak syariah, yang berpengaruh pada objek perikatan.<sup>9</sup> Dimaksudkan sesuai dengan kehendak syariah adalah akad yang dilakukan oleh dua orang atau lebih itu tidak boleh bertentangan dengan syara’, seperti kesepakatan penetapan riba dalam perdagangan yang dilakukan. Adapun akad berpengaruh pada objeknya adalah terjadinya perubahan status hukum sebagai akibat akad, seperti perpindahan kepemilikan, adanya hak pemanfaatan dan sebagainya.<sup>10</sup>

### Konsep Jual Beli

Jual beli dalam istilah teknis fiqh menggunakan kata *bai’*. Kata tersebut sama dengan kata yang digunakan oleh Al-qur’an dan Hadits. Jual beli memiliki makna bahasa memberikan sesuatu sebagai bandingan sesuatu.<sup>11</sup> Kata *bai’* dan *syira’* adalah dua kata yang artinya berlawanan, namun sering dipertukarkan maknanya dalam al-Qur’an dan Hadits, kadang kata *bai’* digunakan untuk makna *syira’*, dan kata *syira’* digunakan untuk makna *bai’*. Arti kata *bai’* dan *syira’* menurut bahasa adalah pertukaran secara mutlak, baik berupa harta maupun bukan harta.<sup>12</sup>

Jual beli dalam bahasa Arabnya disebut dengan *al-bay’*. Artinya, tukar-menukar atau saling menukar. Menurut terminologi adalah “tukar menukar harta atas dasar suka sama suka”. Menurut Ibn Qudamah yang dikutip oleh Rahmad Syafei pengertian jual beli adalah “tukar menukar harta untuk saling dijadikan hak milik”.<sup>13</sup>

<sup>5</sup> Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktek)*, ed. Zainuddin, UIN-Maliki Malang Press, 1st ed. (Malang: UIN-Maliki Malang Press, 2018). h. 21

<sup>6</sup> hanan binti muhammad Husain, *Aqsam Al-Uqud Fi Al-Fiqh Al-Islam*, n.d.h. 67

<sup>7</sup> Jalaludin As-suyuthi, *Al-Asybah Wa an-Nazmir*, 1st ed. (Beirut: Darul Kutub al-Ilmiyah, 1991). h. 278

<sup>8</sup> Wahbah Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*, IV (Damaskus: Dar al-Fikr, n.d.). h. 81

<sup>9</sup> Ibnu Abidin, *Radd Al-Muhtar ‘ala Ad-Dur Al-Mukhtar* (Mesir: Amiriyah, n.d.).h. 255

<sup>10</sup> Muhammad Abdul Wahab, *Teori Akad Dalam Fiqih Muamalah*, ed. Fatih, 1st ed. (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2019). h. 8

<sup>11</sup> Nur Fathoni, “Konsep Jual Beli Dalam Fatwa DSN-MUI” IV (n.d.): 51–82.

<sup>12</sup> Fathoni.

<sup>13</sup> Siti Mujiatun, “Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna’ Siti Mujiatun (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara) ABSTRAK,” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 13, no. September (2013): 202–16.

Menurut hukum Islam atau disyariatkan secara Islam maka jual beli adalah pemindahan barang atau tukar menukar harta benda yang didasarkan sukarela atau tanpa paksaan serta tidak dilarang dalam hal ini bukan hibah. Menurut pengertian Hanafiah makna jual beli atau al-ba'i secara definitif yaitu tukar menukar harta benda dengan sesuatu hal yang sepadan dengan nilai jualnya yang bisa membawa manfaat bagi kedua belah pihak. Sedangkan menurut pengertian Malikiyah, Syalifiyah dan Hanabilah/Hambali bahwa jual beli atau al-ba'i yaitu pemindahan kepemilikan yang didapat dari tukar menukar harta benda dari kedua belah pihak. Pasal 20 ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, ba'i adalah pemindahan harta benda yang diawali dengan aktivitas jual beli dan pemberian sejumlah uang.<sup>14</sup>

Dapat disimpulkan, bahwa pengertian jual beli menurut bisnis syariah adalah tukar menukar barang antara dua orang atau lebih dengan dasar suka sama suka, tanpa adanya paksaan atau bersifat sukarela sehingga tidak ada intimidasi dari orang lain atau pihak ketiga untuk saling memiliki. Dengan jual beli, penjual berhak memiliki uang secara sah. Pihak pembeli berhak memiliki barang yang dia terima dari penjual. Kepemilikan masing-masing pihak dilindungi oleh hukum.

### Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum jual beli adalah karena adanya patokan syariat Islam atau fiqh jual beli yang berasal dari tokoh-tokoh ulama atau keagamaan, dimana semuanya berasal dari dalil yaitu "Hukum asal dalam muamalah adalah boleh sampai ada dalil yang melarangnya."<sup>15</sup> Berikut ini beberapa dasar hukum jual beli menurut hukum Islam, diantaranya yaitu :

Bersumber dari Al-Qur'an<sup>16</sup>

Al-Qur'an adalah kitab suci umat Islam yang diturunkan untuk menjadi petunjuk dan pedoman bagi umat manusia yang didalamnya mengajarkan tentang kebaikan bagi umatnya. Hukum jual belipun diatur didalam Alquran tentang apa yang harus dilakukan dan tentang apa yang tidak boleh dilakukan. Karena sumber Alquran adalah langsung dari Allah SWT. Hukum jual beli dalam al-Qur'an terdapat dalam surat; Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275:<sup>17</sup>

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya: "Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya."

Pada ayat pertama ini tidak terdapat asbabun nuzulnya. Tetapi sini ada beberapa hal yang penting yang di sampaikan oleh beberapa mufasssir. Imam Ahmad meriwayatkan dari 'Aisyah Rodiyallohu 'Anha, Ia berkata, "Setelah turunnya ayat-ayat tentang riba yang tercantum di akhir surat Al-Baqoroh, Rasulullah SAW. pergi ke masjid lalu Beliau membicarakan ayat-ayat tersebut. Kemudian Beliau mengharamkan perdagangan khamr."<sup>18</sup>

Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Menurut riwayat Ibnu Jarir ayat ini turun dikarenakan masyarakat muslim Arab pada saat itu memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil, mencari keuntungan dengan cara yang tidak sah dan melakukan bermacam-macam tipu daya yang seakan-akan sesuai dengan hukum syari"<sup>19</sup>at.<sup>19</sup> Misalnya sebagaimana digambarkan oleh Ibnu Abbas. menurut riwayat Ibnu Jarir bahwa seseorang membeli dari kawannya sehelai baju dengan syarat bila ia tidak menyukainya dapat mengembalikannya dengan tambahan satu dirham di atas harga pembelannya. Padahal seharusnya jual beli hendaklah dilakukan dengan rela dan suka sama suka tanpa harus menipu sesama muslim.<sup>20</sup>

<sup>14</sup> Fajarwati Kusuma Adi, "Perspektif Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam Dan KUHPerdata," *Jurnal Studi Islam Dan Sosial 2*, no. c (2021): 91-102.

<sup>15</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*. (Jakarta: Prenada Media, 2012).

<sup>16</sup> Sujian Suretno, "Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Ad Deenaar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam 2*, no. 01 (March 31, 2018): 93, <https://doi.org/10.30868/ad.v2i01.240>.

<sup>17</sup> Al-Qur'an Kemenag, 2019

<sup>18</sup> Suretno, "Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur'an."

<sup>19</sup> Suretno.

<sup>20</sup> Salim Bahreisy dan Said Bahreisy. *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsir jilid II*. (Surabaya: PT Bina Ilmu, 2003)

### Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمْلَئَ لَهُ فَلْيَمْلِكْ لَهُ بِالْعَدْلِ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبُ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمٌ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَلَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

٢٨٢

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”

Dalam ayat ini Allah SWT memberikan nasihat dan bimbingan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman, jika mereka melakukan muamalah yang tidak tunai hendaklah mereka menulisnya supaya dapat menjaga jumlah dan batas waktu muamalah tersebut, serta lebih menguatkan bagi saksi. Sufyan ats-Tsauro meriwayatkan dari Ibnu Abbas Rodiyallohu „anhu, ia mengatakan, ayat tersebut diturunkan berkenaan dengan pemberian utang salam dalam batas waktu yang ditentukan. (utang salam: Uang pembayaran lebih dulu, dan barangnya diterima kemudian).<sup>21</sup>

### E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Jual-beli merupakan salah satu jenis mu'amalah yang diatur dalam Islam. Melihat bentuknya e-commerce pada dasarnya merupakan model transaksi jual-beli juga. Namun, dikategorikan sebagai jual beli modern karena mengimplikasikan inovasi teknologi. Secara umum perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi, sedangkan ecommerce tidak seperti itu. Dan permasalahannya juga tidaklah sesederhana itu. E-commerce merupakan model perjanjian jual-beli dengan karakteristik yang berbeda dengan model transaksi jual-beli biasa, apalagi dengan daya jangkauan yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global.

*E-Commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Media yang dapat digunakan dalam aktivitas *ecommerce* adalah *world wide web* internet.<sup>22</sup> *E-Commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.<sup>23</sup> *E-Commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk.<sup>24</sup> *E-commerce* atau kependekan dari *electronic commerce*(perdagangan secara elektronik), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barangbarang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.<sup>25</sup> Berdasarkan definisi beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan

<sup>21</sup>Suretno, "Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur'an."

<sup>22</sup>Shabur Miftah Maulana Heru Susilo dan Riyadi, *Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 29 No. 1 Desember 2015, h. 3.

<sup>23</sup>Jony Wong, *Internet Marketing for Beginners*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010). h. 33

<sup>24</sup>Ambo Aco dan Andi Hutami Endang, *Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, Jurnal Insypro, Vol. 2, No. 1 2017, h. 3.

<sup>25</sup>Shelly Cashman Varmaat, *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*. Edisi 3 (Jakarta: Salemba Infotek, 2007). h. 83

e-commerce adalah transaksi jual beli yang dilakuka melalui internet dimana website digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses transaksi tersebut. *E-commerce* dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang memiliki karakteristik berbeda-beda. Penggolongan *e-commerce* dibedakan sebagai berikut: 1). *Business to Consumer* (B2C), 2). *Business to business* (B2B). 3). *Consumer to Consumer* (C2C). 4). *Peer-to-peer* (P2P). 5). *Mobile Commerce* (*M-Commerce*).<sup>26</sup>

*E-commerce* yang dimaksud dalam tulisan ini termasuk dalam golongan *Business to Consumer* (B2C), yang mencakup transaksi jual, beli, dan pemasaran kepada individu pembeli dengan media internet melalui penyedia layanan *ecommerce*, seperti Shoope, Lazada, dan JD.ID. Di dalam proses transaksi *ecommerce*, baik itu B2B maupun B2C, melibatkan lembaga perbankan sebagai institusi yang menangani transfer pembayaran transaksi.

Sebuah perusahaan *e-commerce* bisa bertahan tidak hanya mengandalkan kekuatan produk saja, tapi dengan adanya tim manajemen yang handal, pengiriman yang tepat waktu, pelayanan yang bagus, struktur organisasi bisnis yang baik, jaringan infrastruktur dan keamanan, desain situs web yang bagus, beberapa faktor yang termasuk: 1). Menyediakan harga kompetitif 2). Menyediakan jasa pembelian yang tanggap, cepat, dan ramah. 3). Menyediakan informasi barang dan jasa yang lengkap dan jelas. 4). Menyediakan banyak bonus seperti kupon, penawaran istimewa, dan diskon. 5). Memberikan perhatian khusus seperti usulan pembelian. 6). Menyediakan rasa komunitas untuk berdiskusi, masukan dari pelanggan, dan lain-lain. 7). Mempermudah kegiatan perdagangan. *E-commerce* memberikan manfaat antara lain: 1) Mendapatkan pelanggan baru. 2) Menarik konsumen untuk tetap bertahan. 3) Meningkatkan mutu layanan. Dengan adanya *e-commerce* memungkinkan perusahaan dapat meningkatkan layanan dengan melakukan interaksi yang lebih personal sehingga dapat memberikan informasinya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. 4) Melayani konsumen tanpa batas waktu. *E-commerce* memberikan pilihan kepada produsen tentang jenis usaha dan skala usaha yang akan dikembangkan. Dengan mengimplementasikan teknologi informasi *e-commerce*, produsen dapat memilih untuk mengembangkan target pasar kepada pasar global atau hanya fokus terhadap segmen pasar tertentu. Dengan menggunakan *e-commerce*, produsen dapat merubah daftar harga atau melakukan kustomisasi produk atau jasa yang ditawarkan dan terinformasikan secara cepat melalui website. Sesuatu yang biasanya memerlukan waktu yang lama untuk dilaksanakan atau diintegrasikan, dengan *e-commerce* menjadi lebih cepat.<sup>27</sup>

Islam menganggap penting urusan muamalah. Islam juga mengatur hubungan antara manusia dengan manusia lainnya. Islam menyuruh kita agar mencari rezeki yang halal. Dengan kata lain, Islam tidak menganggap penting urusan akhirat saja, Islam menghendaki kesejahteraan hidup manusia baik di dunia dan akhirat. Dalam jual beli penjual dituntut untuk bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Penjual dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Penjual harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang baik dalam segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat amanah, penjual memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.<sup>28</sup>

Sebagai penjual seharusnya memberikan informasi yang benar kepada pembeli dan calon pembeli, sebagai bentuk tanggung jawab dan kebenaran informasi yang penjual berikan kepada pembeli ataupun calon pembelinya agar pembeli tidak tertipu dan kecewa. Seperti yang dijelaskan dalam jual beli Najasy (kecohan), menurut ulama Malikiyah adalah perbuatan untuk menguntungkan penjual dan merugikan pembeli, tak ubahnya cacat (aib) sehingga pembeli boleh memilih. Sedangkan ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa jika jual beli itu terjadi, maka berdosa. Tetapi jual beli itu diperbolehkan.

Untuk mengetahui apakah jual beli Online bertentangan atau tidak, ditinjau dari hukum islam, maka perlu dilihat dengan syarat dan rukun jual beli:

a). Orang yang berakal; Secara umum *al-aqid* (pelaku) jual beli disyaratkan harus ahli dan memiliki kemampuan untuk melakukan akad atau mampu menjadi pengganti orang lain jika ia menjadi wakil. Dalam transaksi jual beli Online, masing-masing pihak yang terlibat transaksi telah memenuhi kriteria *tamyiz*, dan telah mampu mengoperasikan computer dan tentunya telah memenuhi ketentuan memiliki kecakapan yang sempurna dan mempunyai wewenang untuk melakukan transaksi dan hal ini tidak mungkin dilakukan oleh orang yang tidak memiliki kecakapan yang sempurna, seperti dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal atau orang gila. Adapun keberadaan penjual dan pembeli, meskipun dalam transaksi jual beli Online tidak bertemu langsung, akan tetapi melalui internet telah terjadi saling

<sup>26</sup> Dewi Irmawati, *Pemanfaatan E-Commerce dalam Dunia Bisnis*, Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis, Edisi Ke-VI November 2011, h. 99.

<sup>27</sup> Mahmudah Mulia Muhammad, "Transaksi E-Commerce Dalam Ekonomi Syariah," *Eliqtishady* 2 (2020): 76–86.

<sup>28</sup> Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015).h. 2-3

tawar menawarkan atau interaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Dengan demikian syarat orang yang berakad dalam jual beli telah terpenuhi.

b). *Sighat* (lafal Ijab dan Kabul); *Sighat* akad (ijab dan Kabul) adalah sesuatu yang disadarkan dari dua pihak yang berakad yang menunjukkan atas apa yang ada dihati keduanya tentang terjadinya suatu akad. Ijab dan Kabul merupakan unsur terpenting dari suatu akad karena dengan adanya ijab dan Kabul, maka terbentuklah suatu akad.<sup>29</sup> Dalam hukum Islam, pernyataan ijab dan Kabul dapat dilakukan dengan lisan, tulisan atau surat menyurat, atau isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya ijab dan Kabul dan dapat juga berupa perbuatan yang telah menjadi kebiasaan dalam ijab dan Kabul. Ijab dan Kabul dalam jual beli perantara, baik melalui orang yang diutus, maupun melalui media tertentu, seperti surat-menyurat, telepon. Ulama fikih telah sepakat menyatakan bahwa jual beli melalui perantara, baik dengan utusan ataupun melalui media tertentu adalah sah, apabila antara ijab dan Kabul sejalan.<sup>30</sup> Dalam transaksi jual beli Online, penjual dan pembeli bertemu dalam satu majelis, yaitu yang dinamakan majelis maya. Penjual dan pembeli tidak berada dalam satu tempat tertentu dalam arti secara fisik dan bisa saja transaksi dilakukan dari berbagai Negara yang berbeda. Pada dasarnya, pernyataan kesepakatan pada transaksi jual beli online sama dengan pernyataan kesepakatan sebagaimana transaksi dalam hukum Islam. Pernyataan itu dapat dilakukan dengan berbagai cara dan melalui berbagai media, selama dapat dipahami maksudnya oleh penjual dan pembeli dan tentunya atas dasar kerelaan antara dua pihak yang melakukan transaksi.

c). Ada Nilai Tukar Pengganti Barang; Para ulama telah sepakat bahwa nilai tukar pengganti barang dalam transaksi harus dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Hal ini dimaksudkan untuk menghilangkan ketidakjelasan yang dapat menimbulkan perselisihan dikemudian hari, misalnya pembayaran dilakukan dengan uang, harus dijelaskan jumlah dan mata uang yang digunakan atau apabila dengan barang, maka harus dijelaskan jenis, kualitas, sifat barang tersebut.<sup>31</sup> Dalam transaksi jual beli online, sebelum proses pembayaran dilakukan, masing-masing pihak penjual dan pembeli telah menyepakati mengenai jumlah dan jenis mata uang yang digunakan sebagai pembayaran serta metode pembayaran yang digunakan, misalnya dengan kartu kredit. Pada saat penjual dan pembeli telah mencapai kesepakatan, kemudian melakukan pembayaran melalui bank, dan setelah pembayaran telah diterima oleh penjual dan pembeli telah mengirimkan bukti pembayaran atau kuitansi pembelian, maka penjual mengirim barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang kepada pembeli. Jual beli online, jika dilihat dari muqasid syariah, terdapat kemaslahatan, berupa kemudahan transaksi, dan efisiensi waktu. Karena memang syari'at Islam itu ditetapkan untuk kemaslahatan manusia baik didunia maupun diakhirat. Jual beli dalam hukum Islam juga tidak melihat dari segi jenis atau model sarana yang digunakan, tetapi lebih ditekankan pada prinsip moral seperti kejujuran dan prinsip kerelaan antara kedua belah pihak. Karena menjual barang yang cacat tanpa memberitahukan kepada pembeli tentu dicela oleh Islam.

Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial dijelaskan tentang larangan memproduksi, menyebarkan dan/atau membuat dapat diaksesnya konten/informasi tentang mengunjing, fitnah, adu domba, ujaran kebencian dan hal-hal lain sejenis terkait pribadi kepada orang lain dan/atau khalayak, serta memproduksi atau menyebarkan konten informasi yang bertujuan untuk membenarkan yang salah atau menyalahkan yang benar, membangun opini agar seolah-olah berhasil dan sukses, dan tujuan menyembunyikan kebenaran serta menipu khalayak.<sup>32</sup> Ketentuan MUI tersebut berdasarkan QS.Al-Nahl 94

وَلَا تَتَّخِذُوا أَيْمَانَكُمْ دَخَلًا بَيْنَكُمْ فَتَرَلَّ قَدَمٌ بَعْدَ تَبَوُّئِهَا وَتَدْفُؤُوا السُّوءَ بِمَا صَدَدْتُمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَلَكُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ ٩٤

Artinya: "Dan janganlah kamu jadikan sumpah-sumpahmu sebagai alat penipu di antaramu, yang menyebabkan tergelincir kaki (mu) sesudah kokoh tegaknya, dan kamu rasakan kemelaratan (di dunia) Karena kamu menghalangi (manusia) dari jalan Allah; dan bagimu azab yang besar". ( QS..Al-Nahl: 94)

Islam juga melarang jual beli *Najasy* karena adanya suatu hal pada barang yang dilarang yang mengandung kebatalan, seperti melarang Riba dan penipuan yang ada unsur Gharar seperti sifat objek akadnya tidak jelas (ada unsur kecurangan/penipuan), seperti halnya testimony yang tidak diketahui apakah sifat testimony tersebut asli atau tidak. Ulama Hanafiyah, Malikiyah, Shafi'iyah, dan Hanabillah melarang jual beli yang mengandung unsur Gharar (kesamaran). Gharar dilarang karna menyebabkan kerugian dan dapat menimbulkan perselisihan dan permusuhan di antara mereka. Mencantumkan testimonium atau contoh yang tidak sesuai termasuk memproduksi dan menyebarkan konten informasi yang bertujuan untuk membenarkan yang salah atau menyalahkan yang benar, membangun opini agar seolah-

<sup>29</sup> Wahba Al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuha*, Jilid IV (Beirut: Dar al-Fikr, 1989).

<sup>30</sup> Abdul Azis, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid 3, n.d.

<sup>31</sup> Suhartono, "Transaksi E-Commerce Syariah (Suatu Kajian Terhadap Perniagaan Online Dalam Perspektif Hukum Perikatan Islam)," *Eliqtshady* 2 (2020).

<sup>32</sup> Fatwa MUI, "Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial" nomor. 24 (2017).

olah berhasil dan sukses, dan tujuan menyembunyikan kebenaran serta menipu khalayak dan telah dilarang dalam Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017.<sup>33</sup>

Suatu konsep jual-beli dalam fikih muamalah yang sangat sepadan dengan konsep *e-commerce* adalah jual-beli *al-salam*. Transaksi *as-salam* merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Transaksi *as-salam* dibolehkan berdasarkan al-Qur'an dan As-Sunnah. Ibn 'Abbâs berkata: "Saya bersaksi bahwa salaf yang dijamin untuk waktu tertentu, telah dihalalkan oleh Allah dalam Kitab-Nya dan diijinkan-Nya". Kemudian dia membaca firman Allah: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kalian mencatatnya" Ketika Rasulullah Saw tiba di Madinah, orang-orang sudah biasa melakukan pembayaran lebih dahulu (*salaf*) buat buah-buahan untuk jangka waktu setahun atau dua tahun. Kemudian beliau bersabda sebagaimana diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dari Ibn Abbas:

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَّعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَّعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَّعْلُومٍ

Artinya: "Barangsiapa yang melakukan jual-beli *salam*, hendaklah melakukannya dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, sampai batas waktu tertentu."<sup>34</sup>

Berdasarkan hadis tersebut di atas, maka para ulama sepakat akan kebolehan jual beli *al salam* ini, sejauh sesuai dengan garis Rasulullah saw tersebut. Kendati objek transaksi *salam* dimaksudkan dalam hadis adalah masalah pertanian sesuai dengan kondisi yang ada pada waktu, saat ini tentunya tidak cukup hanya sebatas masalah pertanian saja. Artinya akan dapat dikembangkan dalam aspek dan bentuk objek transaksi lainnya. Dengan adanya penjelasan tentang jual beli *al-salam* di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa secara prinsip bentuk transaksi jual beli antara *al-salam* dengan *e-commerce* adalah sama, yakni sama-sama berbentuk pesanan yang penyerahan barangnya ditangguhkan, sedangkan pembayarannya sama-sama tunai. Kendati pada *al-salam* pembayarannya secara konvensional, yakni langsung berbentuk uang tunai, sesuai dengan kondisi peradaban yang ada pada waktu itu, sedangkan "tunai" dalam sistem pembayaran pada *e-commerce* dengan memakai media *e-mail* dan *credit card* (kartu kredit) secara *on line*. Secara garis besar, antara *e-commerce* dengan *bai' as-salam* memiliki persamaan dan perbedaan yang sangat mendasar.

Berdasarkan uraian di atas, ada beberapa hal yang dapat peneliti rumuskan terkait dengan hal tersebut; Baik *bai' as-salam* maupun *e-commerce* sama-sama merupakan aktivitas jual beli. Maka seperti halnya transaksi jual beli, disyaratkan paling tidak ada 4 hal yang harus terpenuhi; yaitu pembeli, penjual, alat tukar (uang), dan barang yang diperjual-belikan atau obyek transaksi. Hanya saja, pada transaksi *e-commerce* maupun *bai' as-salam* obyek transaksi ditangguhkan penyerahannya walaupun telah terjadi kesepakatan jual beli antara penjual dan pembeli. Setidaknya ini lah persamaan mendasar antara *e-commerce* dan *bai' as-salam*. Adapun beberapa perbedaan spesifik ditemukan juga di antara kedua konsep tersebut, khususnya dalam hal model penawaran, pembayaran, serta pengiriman dan penerimaan. Perbedaan ini tidak secara otomatis menyatakan bahwa *e-commerce* tidak sah. Kecuali nyata pertentangannya dengan prinsip dan nilai ajaran Islam di bidang muamalah, yaitu mengandung unsur *maisir* (judi), *gharar* (penipuan), *riba* dan produk atau jasa yang ditawarkan adalah termasuk yang diharamkan oleh ajaran Islam.

### Transaksi E-Commerce di Indonesia, Malaysia dan Singapura

Menurut (Andy Prasetyo dkk dalam buku yang berjudul digital marketing) menjelaskan bahwa dalam perkembangannya peran sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dianggap sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia. Setidaknya terdapat 88,8% berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi di Asia Tenggara. Di Indonesia, terdapat lebih kurang 59,2 juta pelaku UMKM dengan memberikan kontribusi 56% dari total perekonomian negara sampai saat ini. Namun, dari total UMKM tersebut, baru 3, 97% juta UMKM yang sudah masuk online. Bagi sebagian besar pelaku usaha atau UMKM yang masih berjualan secara *offline* akan berusaha didorong untuk dapat masuk pasar online, sehingga UMKM Indonesia bisa merambah dunia digital dengan pasar yang lebih luas. Untuk mensukseskan gerakan ini, maka pemerintah bersama *marketplace* mempunyai rangkaian kegiatan bagi UMKM dibekali agar dapat go online, seperti mendorong pelaku UMKM *offline* ke *online*, *active selling*, pendampingan UMKM, *Scale Up*, hingga go internasional. *Marketplace* tersebut bisa menjadi gerbang untuk UMKM agar dapat go online secara gratis. Mereka akan diberikan pelatihan dan pengetahuan mengenai bisnis online. Sehingga pelaku usaha atau UMKM tersebut bisa menjual barangnya secara global. Mengingat pengguna internet di Indonesia telah

<sup>33</sup> Ita Nur Hidayah, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Usaha CV. Ratatia Indonesia Rumbai Ditinjau Menurut Ekonomi Islam," 2020.h.34

<sup>34</sup> Al-Kahlany, *Subul al-Salam*, Jilid 4, (Bandung: Dahlan, t.th.). h. 49.

menembus angka 78% dari seluruh pengguna internet yang ada dan telah memanfaatkan model belanja secara *online* di Indonesia.<sup>35</sup>

Data dari Social Research & Monitoring soclab.co menunjukkan, pada 2015 pengguna internet di Indonesia mencapai 93,4 juta dengan 77 persen diantaranya mencari informasi produk dan belanja *online*. Pada 2016, jumlah *online shopper* mencapai 8,7 juta orang dengan nilai transaksi sekitar 4,89 miliar dolar AS. Perkembangan internet yang kemudian memunculkan e-commerce merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan, karena e-commerce dipandang memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik *merchant* maupun *buyer*. Berdasarkan perkembangan di negara-negara besar, e-commerce ini menjadi basis menuju bisnis era baru termasuk di Indonesia (Hadi 2017).

Keberadaan e-commerce di Indonesia dipelopori oleh sebuah toko buku online yaitu Sanur. Ide pertama kali munculnya bisnis e-commerce berupa toko buku *online* ini, diilhami adanya jenis bisnis serupa, yaitu Amazon. Sanur merupakan toko buku pertama di Indonesia yang menjual buku melalui internet. Kemudian muncul berikutnya Indonesia Interactive. I-2 dibangun sebagai portal dan menyediakan sebuah *virtual shopping mall*. I-2 saat ini sudah berkembang dan memiliki beberapa *online store*, yang menjual buku, komputer, dan lainnya. Perkembangan e-commerce di Indonesia masih terhambat oleh beberapa faktor yang ada. Di antaranya adalah faktor jaminan keamanan. Sebuah survei mendapatkan hasil terhadap *user* Indonesia menunjukkan bahwa pikiran utama yang masih tertanam di benak mereka untuk melakukan transaksi di internet adalah mengenai masalah keamanan dalam pembayaran. Dan juga di Indonesia budaya penggunaan kartu kredit masih sedikit dan masih merupakan barang langka dan simbol status, karena itu banyak situs e-commerce di Indonesia yang selain menawarkan cara pembayaran *online* dengan kartu kredit/debit juga menawarkan cara pembayaran lain, seperti *cash on delivery* (COD) atau dapat juga halaman website hanya menawarkan jenis produk yang akan dijual sedangkan transaksi dan pembayaran dilakukan secara *offline* atau kontak via telepon seperti dalam transaksi jual beli biasa.

Secara umum mekanisme transaksi e-commerce yang ada di Indonesia dapat dikategorikan kepada transaksi dan pembayaran dilakukan secara *online*, transaksi secara *online* dan pembayaran dilakukan setelah barang diterima, dan transaksi dan pembayaran dilakukan di dunia nyata.<sup>36</sup>

Malaysia merupakan pasar yang menarik bagi eCommerce di Asia Tenggara karena perekonomiannya yang dinamis dan infrastruktur teknologi digital yang berkembang. Pasar e-commerce Malaysia diperkirakan akan tumbuh sebesar 20% pada tahun 2022 saja. Pertumbuhan e-niaga ini dibarengi dengan meningkatnya preferensi konsumen terhadap belanja online, dan ketersediaan opsi pembayaran yang disesuaikan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2022, 89,6% persen populasi Malaysia adalah pengguna internet aktif (29,55 juta), dan koneksi seluler di Malaysia setara dengan 127,7 persen dari total populasi pada Januari 2022. Pada Januari 2022, terdapat 30,25 juta pengguna media sosial dan 42,11 juta koneksi seluler di Malaysia. Dewan e-commerce Nasional yang terdiri dari berbagai kementerian dan lembaga, dibentuk untuk mendorong implementasi [Peta Jalan Strategis eCommerce Nasional 2.0](#) (NeSR2.0). Dipandu oleh tiga tujuan menyeluruh, NESR 2.0 berfokus pada intensifikasi adopsi dan pertumbuhan eCommerce, pengembangan e-ekosistem, dan penguatan lingkungan kebijakan dan peraturan. Pemerintah Malaysia juga mengakui peningkatan e-commerce sebagai alat inklusivitas, dan telah mengumumkan dukungan untuk memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal. Selanjutnya, Zona Perdagangan Bebas Digital telah diluncurkan untuk memfasilitasi eCommerce lintas batas dan memperluas pasar global bagi UMKM. Hal ini diperkirakan akan semakin mendorong e-commerce di Malaysia.<sup>37</sup>

Meskipun eCommerce di Malaysia relatif kuat, penegakan peraturan yang ada perlu ditingkatkan. Tantangan yang dihadapi industri eCommerce saat ini adalah penggunaan alat digital baru, ancaman keamanan siber, kurangnya keterampilan pemasaran digital, kapasitas produksi yang terbatas, biaya logistik yang tinggi, dan kurangnya pengetahuan mengenai akses pasar dan peraturan dalam eCommerce lintas negara. Pembeli di Malaysia melakukan sebagian besar belanja mereka melalui ponsel dan perangkat digital lainnya. Selain pasar dan platform eCommerce, sekitar sepertiga masyarakat Malaysia masih berbelanja melalui platform media sosial seperti Facebook dan Instagram. Penerbangan, hotel, makanan dan minuman, musik, dan barang bekas adalah beberapa pembelian online paling populer di Malaysia. Dua platform e-commerce utama Malaysia adalah Shopee dan Lazada. Aktivitas eCommerce dan perlindungan hak kekayaan intelektual berada di bawah pengawasan Perusahaan Kekayaan Intelektual Malaysia. Beberapa pasar luar negeri utama yang menarik pembeli online Malaysia termasuk Tiongkok,

---

<sup>35</sup> Aniek Indrawati Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, *DIGITAL MARKETING*, ed. Nadya Artha Fransiska, 1st ed. (Malang: Edulitera, 2020).h.33-34

<sup>36</sup> Andi Iswandi, "Review E-Commerce Dalam Perspektif Bisnis Syariah," *Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi Syariah* 13, no. 01 (2021): 9-20.

<sup>37</sup> <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/malaysia-ecommerce>

Singapura, Jepang, Amerika Serikat, dan Korea Selatan. Kartu kredit adalah metode pembayaran pilihan untuk sekitar 80 persen transaksi lintas batas.<sup>38</sup>

Singapura menjadi negara dengan pangsa *e-commerce* lokal terbanyak di Asia Tenggara. Temuan ini berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh iPrice periode kuartal I 2022. Dari keenam negara yang telah dianalisis oleh tim iPrice, Singapura menduduki posisi pertama dengan pangsa *e-commerce* lokal mencapai 98% dari keseluruhan *e-commerce* yang terdapat di negara tersebut.

Tabel 2. E-commerce pada sejumlah negara

No.	Nama Data	Lokal	Internasional
1	Singapura	98	2
2	Vietnam	60	40
3	Indonesia	54	46
4	Malaysia	25	75
5	Thailand	15	85
6	Filipina	1	99

Menurut iPrice, hasil itu tidak mengherankan mengingat Singapura memiliki dua perusahaan *unicorn*, Shopee dan Lazada, yang saat ini memimpin pangsa pasar *e-commerce* di Asia Tenggara. Posisi kedua diduduki oleh Vietnam dengan pangsa *e-commerce* lokal mencapai 60%. Tidak berbeda jauh dengan Vietnam, Indonesia berada di posisi ketiga dengan pangsa *e-commerce* lokal sebesar 54%. Kemudian menyusul Malaysia di posisi kelima dengan pangsa *e-commerce* lokal sebesar 25%. Lalu, diikuti Thailand dengan persentase 15% dan Filipina hanya 1%. IPrice mencatat, meskipun pangsa *e-commerce* internasional lebih dominan di Malaysia, Thailand, dan Filipina. Nyatanya jumlah *e-commerce* lokal di ketiga negara tersebut justru lebih banyak dari jumlah *e-commerce* internasionalnya.

Kendati demikian, skala *e-commerce* lokal yang lebih kecil di ketiga negara tersebut menyebabkan pangsa internasional lebih diminati. IPrice melakukan riset ini dengan menggunakan data jumlah pengunjung *website* masing-masing *e-commerce* dari SimilarWeb. Data ini mengindikasikan jumlah *traffic* global pada Q1 2022 dari *e-commerce* lokal maupun internasional yang ada di masing-masing negara.<sup>39</sup>

## SIMPULAN

Berdasarkan studi kasus penggunaan e-commerce di Indonesia, Malaysia dan Singapura, dapat disimpulkan bahwa mekanisme transaksi e-commerce (jual beli online) dalam perspektif ekonomi syariah berperan penting dalam membentuk pola konsumsi dan bisnis. Perkembangan teknologi atau internet yang kemudian memunculkan e-commerce merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan, karena e-commerce dipandang memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik *merchant* maupun *buyer*. Berdasarkan perkembangan di negara-negara besar, e-commerce ini menjadi basis menuju bisnis era termasuk negara Asia Tenggara yang mana saat ini dapat kita lihat bahwa negara Singapura menjadi negara terbanyak dalam pangsa e-commerce lokal mencapai 98%, sedangkan Indonesia berada di posisi ketiga dengan pangsa *e-commerce* lokal sebesar 54% dan kemudian menyusul Malaysia di posisi kelima dengan pangsa *e-commerce* lokal sebesar 25%. Mereka juga menggunakan platform e-commerce untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan tetap memastikan kepatuhan terhadap ekonomi Syariah.

## REFERENSI

- Abidin, Ibnu. *Radd Al-Muhtar 'ala Ad-Dur Al-Mukhtar*. Mesir: Amiriyah, n.d.
- Adi, Fajarwati Kusuma. "Perspektif Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam Dan KUHPerdata." *Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 2, no. c (2021): 91–102.
- Al-Zuahaili, Wahba. *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*. IV. Beirut: Dar al-Fikr, 1989.
- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati. *DIGITAL MARKETING*. Edited by Nadya Artha Fransiska. 1st ed. Malang: Edulitera, 2020.
- As-suyuthi, Jalaludin. *Al-Asybah Wa an-Nazmir*. 1st ed. Beirut: Darul Kutub al-Ilmiyah, 1991.
- Azis, Abdul. *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jilid 3., n.d.
- Fadli, Muhammad Rijal. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika* 21, no. 1 (2021): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Fathoni, Nur. "Konsep Jual Beli Dalam Fatwa DSN-MUI" IV (n.d.): 51–82.

<sup>38</sup> <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/malaysia-ecommerce>

<sup>39</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/20/singapura-negara-dengan-pangsa-e-commerce-lokal-terbanyak-di-asia-tenggara>

- Hasan, Akhmad Farroh. *Fiqh Muammalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktek)*. Edited by Zainuddin. UIN-Maliki Malang Press. 1st ed. Malang: UIN-Maliki Malang Press, 2018.
- Hidayah, Ita Nur. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Usaha CV. Ratatia Indonesia Rumbai Ditinjau Menurut Ekonomi Islam," 2020.
- Hidayat, Enang. *Fiqh Jual Beli*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Husain, hanan binti muhammad. *Aqşam Al-'uqud Fi Al-Fiqh Al-Islam*, n.d.
- Iswandi, Andi. "Review E-Commerce Dalam Perspektif Bisnis Syariah." *Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonmi Syariah* 13, no. 01 (2021): 9–20.
- Muhammad, Mahmudah Mulia. "Transaksi E-Commerce Dalam Ekonommi SYariah." *Eliqtishady* 2 (2020): 76–86.
- MUI, Fatwa. "Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial" 24, no. 24 (2017).
- Siti Mujiatun. "Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna' Siti Mujiatun (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara) ABSTRAK." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 13, no. September (2013): 202–16.
- Sudiarti, Sri. *BUKU FIQH EKONOMI.Pdf*. Medan: Wal Ashri Publishing, 2019.
- Suhartono. "Transaksi E-Commerce Syariah (Suatu Kajian Terhadap Perniagaan Online Dalam Perspektif Hukum Perikatan Islam)." *Eliqtishady* 2 (2020).
- Suretno, Sujian. "Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur'an." *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 01 (March 31, 2018): 93. <https://doi.org/10.30868/ad.v2i01.240>.
- Wahab, Muhammad Abdul. *Teori Akad Dalam Fiqh Muamalah*. Edited by Fatih. 1st ed. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2019.
- Zed, Mestika. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia., 2008.
- Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*. IV. Damaskus: Dar al-Fikr, n.d.
- <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/malaysia-ecommerce>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/20/singapura-negara-dengan-pangsa-e-commerce-lokal-terbanyak-di-asia-tenggara>